

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini penggunaan sosial media Tiktok tidak hanya untuk media hiburan, akan tetapi relatif beragam. Sehingga Tiktok dapat digunakan sebagai media menyampaikan informasi contohnya Konten edukasi Kesehatan. Gen Z, persentase 56%, aktif menggunakan TikTok untuk mencari edukasi kesehatan. (Dr. Andrew Belaveshkin, 2024) Terdapat 10 Konten Kreator berlatar belakang dokter yang aktif menggunakan aplikasi Tiktok untuk membuat sebuah konten edukasi kesehatan antara lain @tirtacipeng, @drrichardlee, @dr_tompi dan @farhanzubedi (Salsa, 2025)



Gambar 1. 1. Usia Pengikut Kreator Dokter

Sumber: Kalodata

Pengikut dari keempat dokter tersebut terdapat dua Generasi yang mendominasi yaitu generasi z dan milenial, @tirtacipeng memiliki mayoritas pengikut di usia 25-34 dengan persentase 46,31% usia pengikut berada di generasi milenial dan pada generasi z 18-24 yaitu 31,39% , kemudian @drrichardlee yang mayoritasnya di usia 25-34 dengan persentase 46,14% usia tersebut tergolong dalam generasi milenial dan di usia 18-24 berada 29,73% termasuk generasi z , selanjutnya @dr_tompi yang mayoritas pengikutnya di usia 25-34 terdapat 39,50% termasuk generasi milenial dan generasi z 18-24 yaitu 30,50%. Namun pada @farhanzubedi memiliki pengikut di generasi z terbesar diantara keempat dokter tersebut sebesar 41,33% di usia 18-24% dan 45,10% usia 25-34 yaitu usia generasi milenial berdasarkan data di atas menjadikannya farhan Zubedi menjadi seorang dokter yang memiliki pengikut generasi z paling banyak diantara dokter yang membuat konten edukasi kesehatan di Tiktok. Selain itu di dalam aplikasi Tiktok yang menjadi peminat sosial media tiktok adalah generasi Z yang menjadi generasi terbanyak sebagai pengguna sosial media tiktok 34,9% di usia 18 -25 (Widi, 2023)

Kreator Farhan Zubedi yang berprofesi sebagai seorang dokter dengan mayoritas pengikut akunya generasi z, Farhan kerap membuat konten edukasi Kesehatan dengan akun tiktoknya @farhanzubedi. Dokter Farhan memiliki followers 2,6 Juta dengan sesuai hasil tokcount.com Farhan Zubedi mengunggah video konten tiktoknya sebanyak 653 dan memiliki like sebanyak 79,788,677 pada 07 April 2024



Gambar 1. 2. Profil Tiktok @farhanzubedi
Sumber: Tiktok @farhanzubedi

Pada perkembangan digital, informasi kesehatan mudah diakses. Namun, tak jarang penyampaiannya yang kaku dan monoton membuat audiens bosan dan sulit memahami. Di sinilah Dr. Farhan Zubedi hadir, membawa angin segar dalam edukasi kesehatan melalui platform TikTok. Dr. Farhan kreator konten yang piawai mengemas informasi kesehatan dengan cara yang unik dan kreatif. Video-videonya di TikTok selalu menarik perhatian, tak hanya informatif tapi juga menghibur. (Putri R. L., Cara Jitu dr Farhan Zubedi Bagikan Informasi Kesehatan dengan Kreatif, 2022)



Gambar 1. 3. Karakteristik Kemasan pesan
Sumber: Tiktok @farhanzubedi

Karakteristik kemasan pesan dalam konten Farhan adalah Storytelling kepada para penonton yang menjadi Poin Of View dari organ dalam tubuh manusia seperti

organ atau anggota tubuh yang merefleksikan kondisi yang dialami atau mengeluhkan selanjutnya dijelaskan bagaimana menghadapi kondisi penyakit ini. Didalam konten Farhan terdapat alur cerita yang digunakan untuk pengemasan pesan dalam bentuk sebuah konten edukasi. Salah satu kontennya adalah tema **Gerd Karna Rebahan** yang disampaikan oleh Dr. Farhan. Tokoh bernama putri yang langsung melakukan rebahan setelah ia makan kemudian langsung menampilkan point of view dari lambung yang merasa tergoncang-goncang kemudian lambung langsung disambung oleh otak dan usus didalam percakapan itu langsung menjelaskan bahwa sehabis makan kita tidak baik langsung membaringkan badan ke Kasur sehingga bisa terkena *gerd* atau asam lambung, dijelaskan bahwa putri tidak akan langsung terkena *gerd* tersebut akan tetapi jika di lakukan terus berulang akan terkena penyakit *gerd*.



Gambar 1. 4. Kemasan pesan dengan Fitur Stitch

Sumber: Tiktok @farhanzubedi

Dalam kemasan pesan konten edukasi kesehatan yang di unggah akun Tiktoknya, ia memanfaatkan sebuah fitu dari aplikasi tersebut yaitu fitur Stitch, Di tiktok terdapat pemebuat konten lain sharing dengan pengalaman medisnya. Di sini

Farhan berperan untuk menjelaskan lebih lanjut kondisi yang dialami, apa yang sedang dialami, apa yang menjadi penyebab kondisi medis tersebut, dijelaskan dengan poin-poin penting sehingga mudah dipahami oleh penonton konten, dalam fitur stitch ini Farhan bisa langsung menjelaskan atau membuat konten dengan cara storytelling



Gambar 1. 5. Kemasan Pesan fitur balas komen dengan video

Sumber: Tiktok @farhanzubedi

Dalam akunnya Farhan juga memanfaatkan fitur balas komentar dengan video, komentar pertanyaan dari penonton konten, keluhan penyakitnya yang dialami oleh penonton konten. Namun di dalam konten menggunakan fitur balas komentar Farhan bisa menjaelaskan langsung atau menggunakan storytelling antara organ atau anggota tubuh yang merefelsikan keluhan atau penyakit yang sedang dibahas dan menjelaskan bagaimana ketika menghadapi kondisi kesehatan tersebut

Setiap konten kreator menyampaikan pesan dengan cara berbeda-beda mereka mengelola pesan tersebut agar tersampaikan dengan baik bagi audiens. Kemasan pesan adalah suatu cara untuk mencapai suatu tujuan dan menyampaikan pesan dalam bentuk pemikiran dalam bahasa yang dapat dipahami oleh komunikan. Akibatnya,

komunikator harus mampu mengungkapkan dan memahami substansi pesan dengan menggunakan teknik yang tepat untuk menyampaikan pesan yang sukses. (Putri & Mutiah, 2025)

Dengan kemasan pesan konten edukasi dengan cara storytelling yang diberikan oleh Dr. Farhan diaplikasi Tiktok bagaimana pesan tersebut mempengaruhi penerimaan dan interpretasi pesan dari penonton kontennya. Kemasan pesan tidak hanya untuk menarik perhatian, Namun, menjembatani pesan ilmiah yang sulit dipahami oleh masyarakat awam yang tidak memiliki ilmu dalam bidang kesehatan sehingga dapat dipahami oleh khalayak luas khususnya generasi z, dengan karakteristik @farhanzubeidi membagikan konten edukasi kesehatan dengan cara storytelling, pengemasan pesan yang dilakukan Dokter Farhan memang menjadi kunci utama dalam menjangkau audiens, tetapi proses pemaknaan tetap bersifat personal. Setiap penonton menginterpretasikan isi konten sesuai dengan kerangka berpikir dan konteks sosial mereka masing-masing, sehingga makna akhir dari pesan tersebut menjadi beragam.



Gambar 1. 6. Nominasi Tiktok Award

Sumber: newsroom.tiktok.com

Dengan kemasan pesan konten edukasi dengan cara storytelling yang di miliki oleh Farhan Zubedi ini ia memenangkan salah satu nominasi Tiktok Award 2021 pada Februari tahun 2022 dengan kategori *Best Of Sport, Fitness & Wellness*. Farhan Zubedi Sukses untuk menarik penonton kontennya yang informatif dan kreatif sehingga dapat memenangkan Tiktok Award 2021

Mendapati jumlah 185.3 juta penduduk Indonesia menjadi pengguna Internet. Dengan keberagaman sosial media salah satunya Tiktok. Tiktok mendapatkan minat lebih dari masyarakat Indonesia yang menduduki urutan ke-empat adalah Tiktok sebanyak 73.5%, berdasarkan data yang tertera di wearesosial masyarakat Indonesia menjadikan tiktok sebagai platform favorit pada urutan ke-tiga sebanyak 17.7%. (wearesocial, 2024)

Tiktok juga menjadi media favorit pada generasi z, karna menghasilkan format berbasis video pendek,. Fitur yang dimiliki tiktok menjadi hal menarik sehingga berhasil memikat minat 36% wanita responden dan 29% laki-laki, menjadikannya platform yang digemari oleh generasi z dan menduduki sosial media favorit ke-dua. Tiktok menampilkan video-video yang dikemas dengan cara yang menarik dan mudah dicerna, memungkinkan pengguna untuk menangkap inti informasi dengan cepat dan tanpa harus membuang waktu. Hal ini menjadi daya tarik utama bagi Generasi Z yang hidup di era serba cepat dan menginginkan informasi yang instan. (Media, 2024)

Generasi Z juga memiliki minat lebih terhadap konten dengan format video dibandingkan dengan konten yang berformat foto dan konten berbasis teks. Hal ini dibuktikan dengan data yang menunjukkan bahwa konten video menduduki urutan

pertama dengan persentase 29%. Format video menawarkan pengalaman yang lebih imersif dan menarik dibandingkan dengan foto dan teks. Video mampu menyampaikan informasi dengan cara yang lebih cepat, mudah dipahami, dan menyenangkan. Hal ini mengapa Tiktok menjadi media sosial yang diminati oleh Generasi Z pada urutan ke dua (Media, 2024)

Pola konsumsi media sosial, tentu tidak hanya terbatas pada diskusi seputar apa saja pilihan media atau platform yang digunakan, atau topik apa saja yang diinginkan. bagaimana pola konsumsi lintas media atau platform yang terjadi di kalangan masyarakat tertentu, atau di kelompok generasi tertentu (Asmarantika, Prestianta, & Evita, 2022).

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa pola konsumsi akan berbeda pada berdasarkan generasi dan media yang digunakan setiap generasipun berbeda, terkait hal tersebut bagaimana pola konsumsi media sosial TikTok dapat membantu kita memahami bagaimana orang-orang menggunakan platform tersebut dan bagaimana hal tersebut memengaruhi mereka, yang menjadi peminat sosial media tiktok adalah generasi Z yang menjadi generasi terbanyak sebagai pengguna sosial media tiktok 34,9% di usia 18 -25, generasi z juga memiliki minat dan kebiasaan untuk mencari informasi di media sosial tiktok, berdasarkan 24% responden generasi kelahiran 1997-2012 menjadikan tiktok sebagai media mencari informasi (Widi, 2023)

Konten yang menjadi minat konsumsi generasi z adalah konten visual yang menarik, konten humor, konten interaktif, konten storytelling konten edukatif dan

otentik (Putra, 2024). Tiktok menawarkan berbagai manfaat seperti hiburan, koneksi sosial, dan edukasi.

Berdasarkan hasil wawancara pada jurnal (Rahmana, Amalia, & Damariswara, 2022) terhadap narasumber generasi z menggunakan aplikasi TikTok karena didalamnya banyak terdapat konten-konten menarik, edukatif, dan komedi humor, pada narasumber selanjutnya menjelaskan dengan durasi batasan unggahan video di TikTok. (Rahmana, Amalia, & Damariswara, 2022).

Pada saat era digital ini, internet telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. 83,1% masyarakat Indonesia menggunakan internet sebagai sarana utama untuk mencari informasi. Kemudahan akses dan ragam informasi yang tersedia menjadikan internet sebagai sumber informasi yang diandalkan. (wearesocial, 2024). Informasi Kesehatan yang paling menarik perhatian penduduk Indonesia adalah Informasi Kesehatan sebesar 40% masyarakat Indonesia mengakses konten kesehatan, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap informasi di bidang ini, sehingga konten Kesehatan menjadi minat lebih dibanding konten lainnya pada tahun 2023. (Hidayat, 2023)

Konten edukasi kesehatan yang diberikan oleh Dokter Farhan pada media sosial tiktok dapat menarik perhatian penduduk Indonesia yang memiliki minat lebih terhadap konten edukasi Kesehatan. Selain itu terdapat penelitian zing coach bahwa lebih dari separuh Gen Z, yaitu 56%, aktif menggunakan TikTok untuk mencari edukasi kesehatan. Merekapun dengan mudah bisa menemukan konten semacam itu di platform tersebut. (Dr. Andrew Belaveshkin, 2024)

Dengan pola kemasan pesan konten edukasi Dokter Farhan dengan cara storytelling, dan memiliki pengikut mayoritas generasi z yang dimana generasi z ini aktif mencari konten edukasi diaplikasikan tiktok, didalam aplikasi Tiktok yang mayoritas penggunaanya adalah generasi z, selain itu generasi z juga menyukai konten berupa video singkat

Hal tersebut menjadikan konten Dokter Farhan masuk kedalam jenis kreator yang diminati oleh generasi z, terbukti dari pengikutnya di dominasi usia 18-25 tahun yaitu masuk kedalam generasi z, sesuai dengan kemasan konten edukasi kesehatan yang diunggah oleh Dokter Farhan menampilkan banyak gambar dibandingkan hanya teks. Dan di buat dalam format video.

Berdasarkan penjelasan diatas, generasi z yang aktif mencari konten Kesehatan melalui media social Tiktok, namun dalam kemasan pesan Farhan dalam penyampaian edukasi kesehatan yaitu storytelling (encoding) mendapati beberapa respon dari penonton konten melalui kolom komentar (decoding)

Stuart Hall menjelaskan bahwa khalayak aktif ketika melihat sebuah pesan akan memberikan penerimaan dalam tiga posisi decoding yaitu posisi dominan, negosiasi dan oposisi. Dengan adanya keberagaman komentar (decoding) yang terdapat di dalam kolom komentar akun tiktok @farhanzubedi akan mendapatkan penerimaan pesan. Hal ini sesuai dengan konsep mendasar dalam teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall bahwa teori ini saling melengkapi yang berupa pembuatan encoding dan decoding. Bahwa Teori Resepsi ini merupakan metode yang menyoroti baik pesan menghasilkan interpretasi khalayak terhadap pesan tersebut (Hall, 1973) dalam jurnal

(Riskiy & Hapsari, 2022) model komunikasi Encoding-Decoding dikembangkan Stuart Hall pada tahun 1980. Saat itu, Hall mencari model teoritis tentang seperti apa pesan media dibuat dan bagaimana penerimaan berdasarkan hubungan antara produser, teks, dan khalayak. Hubungan itu diistilahkan sebagai encoding-decoding. Istilah tersebut mengandung arti sebuah pesan mengalami proses, dari menyandikan teks saat produksi kemudian menerjemahkannya saat konsumsi. (Puspitaningrum, 2023).

Hal ini bahwa teori resepsi menekankan bahwa penonton aktif dalam menerima pesan, dalam pengembangan model komunikasi encoding-decoding. Kemasan pesan dalam bentuk edukasi kesehatan yang di sampaikan oleh Dokter Farhan (encoding) dan penonton konten yaitu pengikut akun (decoding) akan memberikan sudut pandang yang berbeda berdasarkan pengalaman, latar belakang, nilai keyakinan.

Karakteristik konten edukasi yang diberikan oleh Dokter Farhan adalah Storytelling, Kemasan konten dengan storytelling adalah suatu teknik penyampaian informasi agar pesan disampaikan dengan efektif. dengan mengkaitkan narasi berbasis alur cerita mampu mempengaruhi sikap audiens (Clark & Mayer, 2016) dalam jurnal (Asyam, Karimah, & Saputra, 2024)

Karakteristik Kemasan konten yang digunakan oleh @farhanzubedi dengan cara storytelling. storytelling bukan hanya sarana penyampaian pesan tetapi alat bantu komunikasi visual dan naratif. kemasan pesan dengan dengan cara storytelling menyampaikan pesan dengan mudah, Storytelling @farhanzubedi ini menjadikan anggota tubuh dan organ merefleksikan keluhan terdapat percakapan yang ringan hal ini agar pesan ilmiah tersampaikan.

Namun, yang dijelaskan oleh Stuart Hall, pesan yang di kodekan akan mengalami decoding atau penerimaan. penonton konten tidak hanya menerima begitu saja mereka akan menilai isi konten berdasarkan latar berbelakang, pengalaman, nilai keyakinan, penerimaan ini akan masuk kedalam posisi dominan (menerima penuh), negosiasi (menerima sebagian dan menyesuaikan) dan oposisi (penolakan secara menyeluruh). Storytelling sebagai kemasan pesan sebagai sarana encoding dari akun @farhanzuberi namun tidak menjamin keseragaman penerimaan.

Dilihat dari respon penonton konten bahwa kemasan konten edukasi kesehatan yang diberikan Dr. Farhan (encoding), dapat menimbulkan komentar dari penonton kontennya (decoding). Konsep decoding ditemukan pada kolom komentar Dr. Farhan. hal ini di temukan pada komentar Dr. Farhan, seperti dua komentar yang ada.

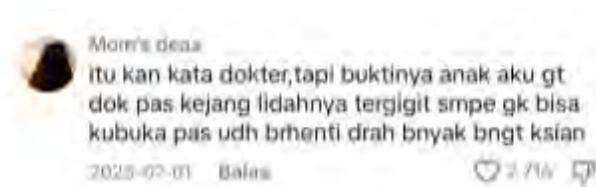
Gambar 1. 7. Komentar @sherly



Sumber : Tiktok @farhanzubedi di konten “makan langsung rebahan”

@sherly mengatakan di kolom komentar “*tapi emang bener saya sendiri juga gitu dan akhirnya asam lambung ku kambuh 4bulan ini gk sembuh-sembuh*”

Gambar 1. 8. Komentar @mom's deaa



Sumber : Tiktok @farhanzubedi di konten “penanganan ketika anak kejang”

Akun @momsdeaa berkomentar “*itu kan kata dokter, tapi buktinya anak aku gt dok pas kejang lidahnya tergigit smpe gk bisa kubuka pas udh berhenti darah banyak banger kasian*”

Kedua komentar ini mencerminkan bahwa penonton akun TikTok @farhanzubedi ini tidak menerima pesan secara pasif, tetapi terlibat aktif dalam proses decoding, sesuai dengan konsep dasar teori resepsi. Yaitu bagaimana mereka menyetujui, menyesuaikan, atau bahkan meragukan isi pesan yang disampaikan oleh pembuat konten.

Generasi z di kenal sebagai generasi yang menyukai konten berupa video, kreatif dan berbentuk video singkat. kriteria tersebut ada didalam akun @farhanzubedi. terlihat dari pengikut akun tersebut didominasi oleh generasi z. Farhan Zubedi seorang dokter yang aktif membagikan konten edukasi kesehatan dengan kemasan pesan yaitu Storytelling

Media sosial Tiktok merupakan platform favorit generasi z karna titok dasarnya adalah sebuah video pendek. Generasi Z juga aktif mencari konten kesehatan melalui platform media sosial Tiktok. Sehingga, keberadaan tenaga medis ikut berkontribusi dalam penyebaran konten edukasi kesehatan di Tiktok.

Konten yang dibuat oleh Dokter Farhan Zubedi mengundang banyak komentar dari para penontonnya. Dalam teori resepsi Stuart Hall, hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya pasif menerima pesan, tetapi mereka juga aktif dalam menanggapi isi pesan tersebut. Setiap individu memiliki latar belakang, pengalaman, dan sudut pandang yang

berbeda, sehingga proses menerima pesan (decoding) dapat menghasilkan tanggapan yang juga beragam.

Dalam penelitian, yang akan dilakukan peneliti memilih informan dari pengikut akun @farhanzubedi di Tiktok dan di kalangan generasi z. pada penelitian ini tidak bertujuan untuk pemaknaan simbolik dalam video Farhan. Melainkan bagaimana pengikutnya menerima kemas pesan konten edukasi yang disampaikan oleh Dokter Farhan

Dengan menggunakan teori resepsi, peneliti ingin memahami bagaimana pesan kesehatan yang di kemas oleh Dokter Farhan diterima berbeda oleh penonton konten serta bagaimana faktor-faktor pribadi mempengaruhi posisi penerimaan terhadap kemas konten edukasi yang di sampaikan oleh Dokter Farhan di aplikasi Tiktok

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, secara khusus penelitian ini fokus pada bagaimana penerimaan Generasi Z terhadap kemas pesan dalam konten edukasi kesehatan di akun Tiktok @farhanzubedi

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan Generasi Z terhadap kemas pesan dalam konten edukasi kesehatan Tiktok @farhanzubedi yang mencakup encoding dan decoding posisi dominan, negosiasi dan oposisi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dalam bidang komunikasi, khususnya membahas pengemasan konten edukasi kesehatan dengan menggunakan Analisis Resepsi. Kajian ini mengacu pada teori resepsi, khalayak aktif, media baru, konten, TikTok, konten edukasi kesehatan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini menjadi referensi bagi pembuat konten dan pengelola akun TikTok @farhanzubedi dalam membuat konten kesehatan, agar memahami preferensi audiens. Selain itu, juga bagi pembuat konten kesehatan, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menyusun strategi penyampaian pesan yang lebih efektif dan penelitian ini juga bermanfaat bagi pembaca sebagai tambahan pengetahuan untuk menambah wawasan.